

3. DOCUMENTACIÓN BÁSICA SOBRE ANDALUCÍA EN LA RED

Sergio Cobo-Durán

3.1. Libros y capítulos de libros destacados

AGUILAR, José (2006): “Andalucía en los medios de comunicación”, en Alberto Egea (coord.): *Dos siglos de imagen de Andalucía*, Sevilla, Centro de Estudios Andaluces, 135-144.

APARICI, Roberto y GARCÍA MATILLA, Agustín (2008): *Lectura de imágenes en la era digital*, Madrid, Ediciones de la Torre.

BELL, David (2001): *An Introduction to Cybercultures*, London, Routledge.

GALLARDO SABORIDO, Emilio José (2010): *Gitana tenías que ser. Las andalucías imaginadas por las coproducciones fílmicas España-Latinoamérica*, Sevilla, Centro de Estudios Andaluces.

GARRIDO, Manuel (2008): “A la caza del turista. Estrategias creativas de la publicidad turística en España”, en Pedro A. Hellín (coord.): *El discurso publicitario contemporáneo y su relación con lo social*, Murcia, DM Librero, pp. 117-131.

GRETZEL, Ulrike (2007) (dir.): *Online Travel Review Study. Role & Impact of Online Travel Reviews*, Texas A & M University.

GUARINOS, Virginia (1996) (ed.): *Alicia en Andalucía. La mujer andaluza en el cine*, Córdoba, FilMOTECA de Andalucía.

GUARINOS, Virginia (2009): “Veinte años, veinte mujeres y veinte canciones (o algunas más). Evolución de la imagen de la mujer andaluza a través de las cantantes y sus canciones”, en Felicidad Loscertales y Trinidad Núñez (eds.): *Las mujeres y los medios de comunicación. Una mirada de veinte años*, Sevilla, Instituto de la Mujer, pp.77-130.

JENKINS, Henry (2009): *Fans, bloggers y videojuegos. La cultura de la colaboración*, Barcelona, Paidós.

LASSO DE LA VEGA, Carmen (2006): *La imagen de Andalucía en el discurso publicitario*, Sevilla, Centro de Estudios Andaluces.

LEVY, Pierre (2007). *Cibercultura. La cultura de la sociedad digital*. Barcelona, Anthropos.

MARTÍN CASARES, Aurelia (ed.) (2009): *La imagen de Andalucía entre los estudiantes universitarios*, Sevilla, Centro de Estudios Andaluces.

NIELSEN, Jakob y LORANGER, Hoa (2006): *Usabilidad. Prioridad en el diseño Web*, Madrid, Anaya.

O’SULLIVAN, Dan (2009): *Wikipedia. A New Community of Practice?*, Burlington, Ashgate.

PERALES BAZO, Francisco (2001): “La geografía andaluza como plató hollywoodiense”, en Francisco Perales Bazo (Ed.): *Andalucía: una civilización para el cine*, Sevilla, Padilla Libros, pp. 226-235.

RUIZ MORALES, Carlos (2007): *La imagen de Andalucía en los informativos de televisión en España*, Sevilla, Centro de Estudios Andaluces, 2007.

RUIZ, María Jesús & Inmaculada Sánchez (2008): *La imagen de la mujer andaluza en el cine español*, Sevilla, Centro de Estudios Andaluces.

UTRERA, Rafael (2006) (ed.): *Andalucía, un siglo de fascinación*, Sanlúcar de Barrameda, Pedro Romero.

UTRERA, Rafael y OLID, Miguel (1993): *El cortometraje andaluz en la democracia*, Sevilla, El ojo andaluz.

VV.AA (2008): *Guía Paisajes de Cine (vol.1): “La muerte tenía un precio” e “Indiana Jones”*, Colección Cine y Turismo en la Provincia de Almería, Diputación de Almería: http://www.paisajesdecine.com/vol1/guia_esp

VVAA (2010): The Use of Photographs on Consumer Generated Content Websites: Practical Implications for Destination Image Analysis”, en Nalin Sharda (2010): *Tourism Informatics. Visual Travel Tecomender Systems, Social Communities, and User Interface Design*, Nueva York, Information Science Reference.

3.2. Artículos de interés

BAÑUELOS, Jacob (2009): “Youtube como plataforma de la sociedad del espectáculo”. Revista *Razón y Palabra*. No. 69. Julio, agosto, septiembre de 2009. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/Jacob.pdf>.

BERNHARDT, Grace (2006): “Designing Usable Sites for Children and Teens, Content Matters”, volumen 1, nº 2. Disponible en <http://www.msu.edu/~graceb/atw/ezone/index.html>

CHABOT, Anne (2006): “Travel 2.0: future of tourism? An investigation into the web 2.0 and its impact on the travel and tourism industry”, Bournemouth University. Disponible en <http://www.du.se/PageFiles/5054/Chabot.pdf>

EGEA FERNÁNDEZ-MONTESINOS, Alberto (2003): “Tópicos andaluces en el cine contemporáneo: De la española al poscostumbrismo” en *Centra: Fundación Centro de Estudios Andaluces*, Documento de Trabajo. Disponible en <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/H200401.pdf>

FERNÁNDEZ TREVIJANO, Juan José (1999): “La doble mirada sobre Andalucía” en *Comunicar*, nº 12, pp. 107-110.

GARRIDO, Manuel (2005): “La publicidad turística en Andalucía (2002-2005): *Andalucía sólo hay una. La tuya vs. Andalucía te quiere*”. *Questiones Publicitarias*, nº 10, pp. 77-97.

GUARINOS, Virginia (2009): “Questiones sobre la representación audiovisual de la nueva Andalucía. De la amistad al amor: Campaña *Andalucía te quiere*”. *Questiones publicitarias*, nº 14. Disponible en <http://www.maecei.es/ultimo.html>

HIJANO DEL RIO, Manuel y MARTÍN ZUÑIGA, Francisco (2006): “La construcción de la identidad andaluza percibida y proyectada como reclamo turístico: Los libros de viaje y las guías turísticas del siglo XX”, en *HAOL*, nº 11, pp. 41-50.

IZQUIERDO, Evelyn (2009): “La alfabetización digital: Herramientas Web 2.0, redes sociales y comunidades de práctica en entornos colaborativos”. Ponencia presentada en las I Jornadas CLED09 sobre Conocimiento libre y Educación celebradas durante el 7 de mayo y el 1 de junio de 2009. Disponible en http://cled.org.ve/boletin/files/2010/03/Ponencia_en_extenso_-_EvelynIzquierdo.pdf

LACOMBA, Juan Antonio (1992): “La mirada ajena: Andalucía vista por ‘otros’”, en *Estudios regionales*, nº 34, pp. 163-177.

LAW, Rob (2009): “Internet and Tourism-Part XXVII: Travel Blog, en *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26: 3, pp. 344-346.

MONTERO, Yusef (2004): “Diseño web orientado a niños, diseño centrado en el usuario”. *No solo usabilidad. Revista multidisciplinar sobre diseño, personas y*

tecnología.

Disponible

en

http://www.nosolousabilidad.com/articulos/disenio_orientado_ninos.htm

NIELSEN, Jakob (2002): "Kids' Corner: Website Usability for Children", *Alertbox*. Disponible en <http://www.useit.com/alertbox/children.html>

RIBES, Xavier (2007). "La web 2.0. El valor de los metadatos y la inteligencia colectiva." Revista *Telos*, nº 73. Disponible en http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/telos/articuloperspectiva.asp@idar_titulo=2&rev=73.htm

RICAURTE QUIJANO, Paola y ENEDINA ORTEGA Gutiérrez (2008). "Facebook o los nuevos rostros de la socialidad". Ponencia presentada en el *IX Congreso Latinoamericano de Investigación de la Comunicación*, Celebrado en el Estado de México del 9 al 11 de octubre de 2008 dentro del apartado Internet, Sociedad de la Información y Cibercultura. Disponible en http://www.alaic.net/alaic30/ponencias/cartas/Internet/ponencias/GT18_35Ricarte_Ortega.pdf

RUIZ-MUÑOZ, Mª Jesús (2008): "Argumentos, personajes y escenarios para la reelaboración de la imagen de Andalucía en el cine (1975-2006)" en *Palabra Clave*, vol. 11, nº 1.

VVAA (2008): "Online Tourism Communities on the Path to Web 2.0 - An Evaluation", Viena. Disponible en http://www.ec.tuwien.ac.at/~christoph/files/ITT_Online_Communities.pdf

3.3. Netgrafía comentada

La imagen de Andalucía en los blogs

<http://www.andaluciabloguera.com/>



Ilustración 1. Página *Andalucía Bloguera*.

Bajo el lema “si eres andaluz, tienes un blog hecho en Andalucía, si te sientes andaluz, este es tu directorio”. *Andalucía Bloguera* es una página que centraliza los principales blogs que tratan de Andalucía. Permite una búsqueda sistematizada tanto por provincias como por categorías principales, entre las que se incluyen motivos tan variados como: arte y cultura, literatura, política o religión. Además, incorpora un buscador de palabras claves donde el internauta puede aproximar más la búsqueda en función de sus propios intereses. Nos encontramos ante una herramienta que funciona como un escaparate para los blogs más visitados en Andalucía y que es útil en dos direcciones: a) para los propios autores ya que les permite publicitar su blog personal; b) también es interesante para el usuario que puede acceder a una herramienta centralizada de los diferentes blogs andaluces. Estamos por lo tanto frente a una página interesante no solo para estudiosos de la imagen de Andalucía sino además para cualquier otro internauta interesado en la Comunidad Andaluza.

<http://www.travelblog.org/>



Ilustración 2. Página *TravelBlog*.

TravelBlog se presenta como una página web que recoge información útil para el viajero independiente. Funciona a nivel internacional, lo que aporta una visión multicultural de los diferentes destinos. El contenido se compone de historias personales que distintos turistas detallan acerca de cómo fue su experiencia. La mayoría de las entradas están acompañadas de fotografías que permiten una visión más enriquecedora y ofrecen al futuro viajero una idea de qué le espera en el lugar de destino. Desde la propia página se puede realizar una búsqueda atendiendo a diferentes criterios, aunque el que destaca por encima de todos es la división por destinos. La web incluye además herramientas comerciales útiles para el viajero como la contratación de un seguro de viajes, la compra de vuelos o la reserva de hoteles. Así como un foro de consultas donde los turistas exponen sus inquietudes ante un inminente viaje o las advertencias para futuros viajeros. Precisamente el carácter global que tiene la página permite al viajero, de un determinado destino, buscar opiniones tanto de compatriotas como de extranjeros.

Es tanto por su tamaño, sus visitas, como por la multiplicidad de enlaces que contiene una de las principales páginas de blogs de viajes y por ello una referencia imprescindible antes, durante y, por supuesto, después de cada viaje.

La imagen de Andalucía en la ficción cinematográfica

<http://www.andaluciafilm.com/index.php>



Ilustración 3. Página *Andalucía Film Commission*.

Andalucía Film Commission es la encargada de proporcionar las coberturas necesarias para la producción de cualquier obra audiovisual en el territorio andaluz. A través de su web tenemos acceso a las diferentes oficinas repartidas por toda Andalucía. Así mismo, desde la página se accede a una completa guía de producción, la cual cuenta con datos relevantes desde el punto de vista logístico, artístico o geográfico. De igual modo cuenta con una base de datos sobre localizaciones en Andalucía, entre las que se puede acceder a los parques naturales, ciudades y pueblos, monumentos, castillos o palacios. Es una web muy útil para la producción cinematográfica andaluza, ya sea realizada en Andalucía o por andaluces. Como valor añadido, los más curiosos pueden consultar los mapas de localizaciones de películas de gran presupuesto filmadas en Andalucía como *El camino de los ingleses*, *Alatriste* o *El corazón de la tierra*, entre otras. Así como una completa guía de enlaces sobre ayudas al audiovisual, instituciones y asociaciones además de un catálogo de los principales festivales andaluces. Es por ello que estamos ante una página de referencia tanto para los productores más especializados como para los realizadores *amateurs*.

<http://malviviendo.com/>



Ilustración 4. Página de la serie *on-line Malviviendo*

Malviviendo ha demostrado el poder de Internet como alternativa a la ficción televisiva convencional, es un formato realizado sin apenas presupuesto -cuarenta euros en el primer capítulo- desarrollado en un imaginario barrio marginal de la ciudad de Sevilla que cuenta la historia de unos jóvenes muy particulares. Desde un aparcacoches a un camello pasando por un cleptómano que sufre narcolepsia o un exmilitar paralítico que no olvida su paso por el ejército y la cárcel. En su página web se puede visionar la primera temporada completa, -diez capítulos- comprar *merchandising* u opinar en un foro acerca de los capítulos, los personajes o los estrenos. El apoyo popular que ha acompañado a la serie desde su comienzo hace que cadenas como Telecinco, Canal Sur, La 2 o La Sexta se hayan interesado por la serie. Aunque si bien el éxito del formato se ha consolidado gracias a lo novedoso de su consumo, solo es posible verlo en Internet, lo que además le ha permitido obtener diferentes premios: un *oscar* otorgado por la *EXGAE*, el bitácoras 09 del *Evento Blog España* (EBE) o el premio del público en la edición de 2010 de *Best of the Blogs* (BOBs).

La imagen de Andalucía en la no-ficción

<http://www.andaluciaenlaweb.tv/tdplayer/>



Ilustración 5. Página de *Andalucía en la Web.tv*.

Andalucía en la web.tv es una propuesta de televisión por Internet de alta calidad, donde se incluyen contenidos muy diversos: desde un canal para eventos, turismo, patrimonio, empresas e instituciones y sin renunciar a la Andalucía rural. Permite tanto una búsqueda en los canales mencionados como una búsqueda personalizada a través de un buscador por los contenidos de la web. Es una página que centraliza gran cantidad de vídeos de no-ficción acerca de la actualidad andaluza por lo que sin duda se convierte en un perfecto escaparate de la realidad andaluza. No solo es útil para turistas andaluces sino también para empresarios, ganaderos, historiadores o incluso antropólogos interesados en la cultura de Andalucía. Dada la enorme cantidad de material y la cuidada selección en la calidad del contenido es una referencia clave tanto para investigadores como aficionados de cualquier tipo por lo andaluz, además de ser un excelente portal para el visionado de vídeos andaluces.

Los niños andaluces en la web

<http://ares.cnice.mec.es/flamenco/>



Ilustración 6. *Flamoslandia*, página del Ministerio de Educación y Ciencia sobre el aprendizaje del flamenco

El Ministerio de Educación y Ciencia crea *Flamoslandia*, una página web que enseña a los más pequeños a conocer más sobre el flamenco. A través de una completa herramienta didáctica, dividida en tres niveles, presenta tanto una introducción de forma más general como una metódica explicación más pormenorizada de sus detalles. El primero de los niveles es un entrenamiento que permite diferenciar las características básicas del género, donde se establecen divisiones tan precisas como las que distinguen entre esquemas poéticos, rítmicos, melódicos o armónicos. Una vez conocidas las principales peculiaridades del flamenco se puede pasar al segundo nivel, titulado “aventura”, que permite gracias a una narrativa gráfica jugar a descubrir las diferentes variedades del mismo. En un tercer nivel se puede consultar una interesante biblioteca donde tienen cabida tanto diferentes grupos como palos del flamenco. Estamos por lo tanto frente a una web que permite a los más jóvenes aprender a través de una interfaz sencilla y accesible las diferentes variedades y definiciones de una de las representaciones más relacionadas con Andalucía: el flamenco.

Representación oficial de Andalucía en Internet

<http://www.andalucia.org.>



Ilustración 7. Página web oficial del turismo andaluz

Es la web oficial de turismo de Andalucía; en ella es posible encontrar todo tipo de información útil para el turista que visita la Comunidad Andaluza. Se puede realizar tanto una búsqueda de alojamientos, restaurantes, visitas o de transportes, en función de la provincia en la que el viajero esté interesado. Además existe en ella información práctica, como los requisitos que debe cumplir un turista para alquilar un coche, la prestación sanitaria o sobre cómo llegar y moverse por Andalucía. No obstante, no se renuncia a los principios básicos de Andalucía presentes en su publicidad turística tales como el sol y playa, el flamenco o el turismo de golf entre otros. De igual modo la parte histórica de la Comunidad ocupa un lugar destacado en la página, donde se añaden detalles acerca de la situación geográfica, la gastronomía o el clima. Respecto al tiempo es posible consultar la previsión meteorológica por provincias desde la propia web. *Andalucía.org* se presenta como una Web 2.0 que permite al turista sentirse una parte activa en la navegación *on-line*. De este modo, la página no solo es una referencia informativa sino que se convierte en un valor añadido gracias a la integración de herramientas interactivas. Entre ellas se encuentra un cuaderno de viaje que permite al turista realizar una guía personalizada en función de sus propios intereses, así como una sección de “historias de Andalucía” en la que el viajero puede contar en primera persona su experiencia personal en la Comunidad. Así se crea un importante vínculo entre la Comunidad Autónoma y sus visitantes, lo cual fomenta el regreso y la impresión positiva en el viajero que aún no conoce Andalucía.

Viajeros españoles en la web

<http://www.cervantesvirtual.com/portal/viajerosespanoles/>



Ilustración 8. Página web *Viajeros españoles*

Esta es la página web de viajeros españoles, coordinada por la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes, un portal temático que reúne gran cantidad de textos literarios sobre viajes realizados por españoles, además de estudios que los analizan e imágenes y enlaces de interés para el viajero. Es una página que desde una perspectiva interdisciplinar recoge trabajos relevantes ya sea por su interés histórico, literario o investigador. A pesar de que aún permanece en construcción ya es posible consultar en ella gran cantidad de ilustraciones, retratos y mapas de todas épocas y lugares realizados por españoles. Gran parte de estos textos y estudios pueden ser consultados directamente en la base de datos de la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes o son remitidos a los respectivos vínculos que permiten una consulta libre. Una de las grandes aportaciones de esta web, sobre viajeros de todas las épocas, consiste en que todo el material es consultable de manera no restrictiva. Por lo tanto se convierte en una excelente iniciativa que aúna tanto a los amantes de los viajes como a los de la literatura.

Inmigración y emigración en Andalucía

http://www.juntadeandalucia.es/temas/personas/servicios-sociales/inmigracion_enlaces.html?pagina=1



Ilustración 9. Página web de la Junta de Andalucía sobre inmigración y emigración

La Junta de Andalucía crea una página dedicada tanto a los inmigrantes como a los emigrantes andaluces. Es interesante atendiendo a dos niveles diferentes. En primer lugar respecto a los inmigrantes que recibe la Comunidad Autónoma. Esta web ofrece información útil acerca de las medidas de apoyo y de los recursos hábiles para este tipo de población. Así como una guía centrada en las minorías étnicas, lingüísticas y culturales que visitan Andalucía. De igual modo se dedica una especial atención a la mujer inmigrante tanto para fomentar su integración como para que esta conozca sus derechos como trabajadora. Un segundo nivel se centra en los emigrantes andaluces, es decir, toda la población andaluza que vive fuera de su Comunidad y desea volver a ella. En este caso se da toda la información necesaria sobre los trámites necesarios para la vuelta a Andalucía así como las prestaciones locales y nacionales que se encontrarían al volver. Ofrece diferentes datos acerca de comunidades de andaluces asentadas en el extranjero y reconocidas con oficialidad. Por ello, es una página relevante no solo para andaluces en el extranjero o para inmigrantes en Andalucía sino para cualquiera que viva, haya vivido o piense vivir en algún momento en el territorio andaluz, sea cual sea su procedencia.